

Phê duyệt Chương trình “Hàng Việt vì người Việt” giai đoạn 2026 - 2030

20:46 30/10/2026

Phó Thủ tướng Thường trực Phạm Gia Túc ký Quyết định số 2069/QĐ-TTg phê duyệt Chương trình “Hàng Việt vì người Việt” giai đoạn 2026 - 2030 (Chương trình).



Phê duyệt Chương trình “Hàng Việt vì người Việt” giai đoạn 2026 - 2030

Hình thành các thương hiệu hàng Việt mạnh được người tiêu dùng tin tưởng

Mục tiêu tổng quát của Chương trình là xây dựng và phát triển hệ sinh thái hàng Việt Nam đảm bảo chất lượng, có sức cạnh tranh thực chất, đáp ứng nhu cầu đa dạng của thị trường và người tiêu dùng trong nước; hình thành các thương hiệu hàng Việt mạnh được người tiêu dùng tin tưởng và sẵn sàng lựa chọn; đóng góp trực tiếp vào mục tiêu tăng trưởng "02 con số" của nền kinh tế.

Đến năm 2030, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng đạt khoảng 14.000 nghìn tỷ đồng

Cụ thể, về tiêu dùng hàng Việt và thị trường nội địa, Chương trình phấn đấu tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng tăng trưởng bình quân 14-15%/năm giai đoạn 2026-2030; đến năm 2030 đạt khoảng 13.500-14.000 nghìn tỷ đồng.

Duy trì tỷ lệ hàng Việt Nam tại các siêu thị, trung tâm thương mại trong nước đạt trên 80%; tại các kênh thương mại truyền thống đạt trên 60%. Tốc độ tăng trưởng doanh thu thị trường nội địa các ngành sản xuất hàng tiêu dùng Việt đạt bình quân 12-15%/năm. Trên 70% doanh nghiệp vừa và nhỏ sản xuất hàng tiêu dùng ứng dụng thương mại điện tử; phấn đấu 45% số doanh nghiệp nhỏ và vừa hoạt động trong lĩnh vực thương mại tham gia các sàn thương mại điện tử lớn trong và ngoài nước...

Về tiêu chuẩn kỹ thuật và chất lượng sản phẩm, Chương trình phấn đấu hoàn thành xây dựng và công bố bộ nhận diện "Hàng Việt vì người Việt" trên cơ sở các TCVN, QCVN và quy định chuyên ngành, tiệm cận thông lệ quốc tế; triển khai hệ thống truy xuất nguồn gốc sản phẩm, hàng hóa phù hợp với quy định pháp luật về truy xuất nguồn gốc, tiêu chuẩn quốc gia áp dụng và quy định chuyên ngành; bảo đảm khả năng kết nối, chia sẻ dữ liệu với Cổng thông tin truy xuất nguồn gốc sản phẩm, hàng hóa quốc gia và các cơ sở dữ liệu có liên quan.

Hình thành ít nhất 5 gian hàng số chuyên ngành hàng Việt trên các sàn thương mại điện tử lớn

Về chuyển đổi số và phân phối hiện đại, Chương trình phấn đấu xây dựng và vận hành Nền tảng số hàng Việt Nam phục vụ Chương trình theo hướng kết nối, liên thông và xác thực các dữ liệu cần thiết về doanh nghiệp, sản phẩm, kết quả đánh giá đáp ứng tiêu chí, truy xuất nguồn gốc, điểm phân phối và phản hồi của người tiêu dùng. Hình thành ít nhất 5 gian hàng số chuyên ngành hàng Việt trên các sàn thương mại điện tử lớn.

Tốc độ tăng trưởng bình quân doanh số thương mại điện tử 23-25%/năm, doanh số thương mại điện tử đạt khoảng 93-97 tỷ USD vào năm 2030, chiếm 18-19% tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng cả nước.

Để đạt được các mục tiêu trên, Chương trình đưa ra các nhiệm vụ và giải pháp chủ yếu sau:

1. Nhóm giải pháp truyền thông - Chiến dịch "Hàng Việt vì người Việt"

Xây dựng và triển khai chiến dịch truyền thông quốc gia với thông điệp "Hàng Việt vì người Việt"; tập trung giới thiệu sản phẩm, thương hiệu, doanh nghiệp Việt, chất lượng, nguồn gốc và địa chỉ mua hàng; lồng ghép vào các sự kiện quốc gia, lễ hội, ngày mua sắm trực tuyến.

Xây dựng, vận hành và phát triển chuyên trang "Hàng Việt vì người Việt" trên các cơ quan truyền thông, báo chí cập nhật thông tin về sản phẩm, doanh nghiệp, địa phương, điểm bán và các hoạt động của Chương trình.

Xây dựng và vận hành hệ thống tài khoản mạng xã hội chính thức mang thương hiệu "Hàng Việt vì người Việt" trên các nền tảng có lượng người dùng lớn tại Việt Nam; sản xuất thường xuyên các nội dung ngắn, trực quan, phù hợp xu hướng như video ngắn, livestream, infographic, câu chuyện sản phẩm, trải nghiệm người tiêu dùng và giới thiệu điểm bán...

2. Nhóm giải pháp phát triển kênh phân phối hiện đại và thương mại điện tử

Xây dựng và vận hành các "Gian hàng Việt Nam" chuyên ngành trên các sàn thương mại điện tử; thiết lập nhãn nhận diện thống nhất trên môi trường số. Thúc đẩy mô hình bán lẻ đa kênh tích hợp; phát triển chuỗi cung ứng hàng Việt; đổi mới phương thức phân phối, hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh đưa hàng Việt lên các sàn thương mại điện tử và kênh livestream thương mại.

Phát triển xuất khẩu tại chỗ qua kênh du lịch, dịch vụ; xây dựng các điểm trưng bày, giới thiệu và bán hàng Việt tại cửa khẩu, cảng biển, sân bay, khu du lịch; đẩy mạnh chuyển đổi số trong du lịch mua sắm, đồng thời tận dụng các nền tảng thương mại điện tử để đáp ứng nhu cầu mua sắm hàng Việt của khách du lịch.

Khuyến khích tiêu dùng, sử dụng hàng hóa có xuất xứ Việt Nam trong khu vực công. Khuyến khích hình thành chuỗi liên kết từ vùng nguyên liệu đến hệ thống phân phối và thị trường tiêu thụ; xây dựng chương trình kết nối cung cầu theo từng nhóm sản phẩm chủ lực; tăng cường liên kết giữa địa phương sản xuất với các trung tâm tiêu dùng lớn...

3. Nhóm giải pháp xây dựng hệ sinh thái "Hàng Việt vì người Việt"

Xây dựng và ban hành bộ nhận diện "Hàng Việt vì người Việt" thống nhất trên toàn quốc. Công bố và duy trì danh sách doanh nghiệp, sản phẩm đáp ứng tiêu chí nhận diện trên Nền tảng số hàng Việt Nam phục vụ Chương trình; kết nối với các sàn thương mại điện tử và hệ thống bán lẻ để người tiêu dùng tra cứu, xác minh và đánh giá ngay tại điểm mua.

Đưa bộ nhận diện "Hàng Việt vì người Việt" xuất hiện đồng bộ trên mọi điểm chạm với người tiêu dùng: bao bì sản phẩm, điểm bán, gian hàng thương mại điện tử, ấn phẩm và sự kiện truyền thông của Chương trình.

Xây dựng chuyên mục, chiến dịch truyền thông định kỳ giới thiệu sản phẩm, doanh nghiệp đáp ứng tiêu chí Chương trình trên truyền hình, báo chí, nền tảng số và mạng xã hội; ưu tiên hợp tác với người có ảnh hưởng, nhà sáng tạo nội dung am hiểu từng ngành hàng; tổ chức "Ngày hội hàng Việt vì người Việt" thường niên tại đô thị lớn và sự kiện lưu động tại địa phương...

4. Kích cầu tiêu dùng, thúc đẩy sức mua và đa dạng hóa hình thức tiêu dùng hàng hóa

Tổ chức các chương trình khuyến mại tập trung quy mô lớn, thực chất và hiệu quả theo mùa vụ, dịp lễ, Tết, ngày mua sắm trực tuyến; phối hợp giữa nhà sản xuất, nhà phân phối và các sàn thương mại điện tử triển khai đồng thời trên cả kênh truyền thống và kênh số; đảm bảo khuyến mại thực chất, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Khai thác và phát huy tiềm năng tiêu dùng gắn với du lịch; xây dựng văn hóa mua sắm, trải nghiệm sản phẩm, ẩm thực, thủ công mỹ nghệ Việt Nam trở thành một phần của sản phẩm du lịch; mở rộng kênh tiêu thụ hàng Việt qua các điểm du lịch, lễ hội, sự kiện văn hóa quốc gia và địa phương.

Phát triển và đa dạng hóa các dịch vụ hỗ trợ tiêu dùng; khuyến khích tiêu dùng xanh, tiêu dùng bền vững; ưu tiên sản phẩm Việt Nam đạt nhãn sinh thái, nhãn năng lượng, sản phẩm tái chế, thân thiện môi trường...

5. Nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh và phát huy vai trò của Hiệp hội

Xây dựng và triển khai chương trình đào tạo, bồi dưỡng năng lực kinh doanh, marketing, xây dựng thương hiệu, thương mại điện tử, phát triển hệ thống và chuyển đổi số...; ưu tiên đào tạo tại địa phương, gắn với nhu cầu từng ngành hàng và vùng kinh tế. Hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận thông tin thị trường, xu hướng tiêu dùng, phân tích cạnh tranh và dự báo nhu cầu thông qua nền tảng số quốc gia. Tổ chức nghiên cứu, học tập kinh nghiệm quốc tế về phát triển thương hiệu và tổ chức hệ thống phân phối hiện đại; áp dụng có chọn lọc vào điều kiện Việt Nam.

Triển khai chương trình xây dựng thương hiệu tiên phong theo cơ chế "Nhà nước hỗ trợ - Hiệp hội chủ trì - Doanh nghiệp bút phá" cho các ngành hàng. Thúc đẩy liên kết giữa doanh nghiệp FDI và doanh nghiệp nội địa; khuyến khích doanh nghiệp FDI ưu tiên mua hàng từ nhà cung ứng Việt đáp ứng tiêu chí. Khuyến

khích doanh nghiệp sản xuất, hợp tác xã, chủ thể OCOP ứng dụng chuyển đổi số, truy xuất nguồn gốc, xây dựng thương hiệu và tham gia các sàn thương mại điện tử, góp phần mở rộng thị trường tiêu thụ hàng Việt...

6. Nhóm giải pháp tăng cường kiểm tra, kiểm soát thị trường và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

Tăng cường lực lượng quản lý thị trường, hải quan và các lực lượng chức năng kiểm tra, xử lý nghiêm hành vi sản xuất, kinh doanh hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng, hàng nhập lậu và gian lận xuất xứ trên cả kênh truyền thống và thương mại điện tử; ứng dụng công nghệ số, trí tuệ nhân tạo trong phát hiện vi phạm.

Hoàn thiện pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, tiêu chuẩn đo lường chất lượng, nhãn hàng hóa và truy xuất nguồn gốc; nâng cao năng lực sử dụng các biện pháp phòng vệ thương mại khi đáp ứng đầy đủ điều kiện, trình tự và căn cứ theo quy định của pháp luật và cam kết quốc tế. Xây dựng cơ chế phối hợp liên ngành; thiết lập đường dây nóng tiếp nhận, xử lý nhanh phản ánh của người tiêu dùng và doanh nghiệp. Tăng cường truyền thông, cảnh báo và hướng dẫn kỹ năng nhận diện hàng thật, hàng hóa được xác nhận đạt tiêu chí cho người tiêu dùng trong môi trường mua sắm đa kênh.

7. Nhóm giải pháp hoàn thiện thể chế, chính sách

Rà soát, sửa đổi, bổ sung và hoàn thiện hệ thống văn bản quy phạm pháp luật về thương mại trong nước, tiêu chuẩn chất lượng, phân phối, xúc tiến thương mại, thương mại điện tử và bảo vệ người tiêu dùng; kịp thời tháo gỡ các rào cản thể chế, chính sách.

Hoàn thiện cơ chế, chính sách về quản lý thị trường theo hướng nâng cao hiệu lực, hiệu quả kiểm tra, kiểm soát thị trường, nhất là trên môi trường thương mại điện tử.

Xây dựng và vận hành Nền tảng số hàng Việt Nam phục vụ Chương trình là lớp liên thông và xác thực dữ liệu, kết nối với các cơ sở dữ liệu nhà nước và nền tảng thương mại hiện có. Nghiên cứu, hoàn thiện cơ chế chính sách hỗ trợ phát triển hạ tầng thương mại, đặc biệt tại vùng nông thôn, vùng đặc biệt khó khăn.

Theo chinhphu.vn